

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi mendorong UMKM untuk memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran produk. UMKM Toko Kue Semut masih melakukan promosi produk secara sederhana sehingga pelanggan mengalami kesulitan dalam menemukan produk yang sesuai dengan preferensi mereka. Penelitian ini bertujuan untuk membangun sistem rekomendasi produk berbasis *website* dengan menerapkan metode *Content-Based Filtering* pada UMKM Toko Kue Semut. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode *Content-Based Filtering* dengan pembobotan TF-IDF dan perhitungan *Cosine Similarity* untuk menentukan tingkat kemiripan antar produk berdasarkan atribut produk berupa kategori, rasa dominan, tekstur, harga, dan deskripsi produk. Pengembangan sistem dilakukan menggunakan pendekatan berbasis *website* yang dilengkapi fitur rekomendasi produk dan pemesanan melalui *WhatsApp*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem berhasil memberikan rekomendasi produk yang relevan berdasarkan kemiripan atribut produk. Selain itu, hasil pengujian *Black box* menunjukkan bahwa seluruh fitur utama sistem dapat berjalan dengan baik sesuai fungsi yang diharapkan. Sistem yang dibangun diharapkan dapat membantu UMKM Toko Kue Semut dalam meningkatkan kualitas pelayanan, mempermudah promosi produk, serta membantu pelanggan menemukan produk yang sesuai dengan preferensi mereka.

Kata Kunci: *Content-Based Filtering*, Sistem Rekomendasi, *Website*, UMKM, *Cosine Similarity*.

ABSTRACT

Advances in information technology have encouraged SMEs to utilize digital media as a means of promoting and marketing their products. The SME Toko Kue Semut still promotes its products in a rudimentary manner, making it difficult for customers to find products that match their preferences. This study aims to develop a website-based product recommendation system by applying the Content-Based Filtering method to the SME Toko Kue Semut. The method used in this study is the Content-Based Filtering method with TF-IDF weighting and Cosine Similarity calculation to determine the Similarity level between products based on product attributes such as category, dominant flavor, texture, price, and product description. The system was developed using a web-based approach equipped with product recommendation and ordering features via WhatsApp. The results of the study indicate that the system successfully provides relevant product recommendations based on product attribute Similarity. Additionally, Black box Testing results show that all the system's main features function properly as intended. The developed system is expected to assist the Toko Kue Semut SME in improving service quality, facilitating product promotion, and helping customers find products that align with their preferences.

Keywords: Content-Based Filtering, Recommendation System, Website, SMEs, Cosine Similarity